PRÉSENTÉ PAR
Grégoire Poisson - 2022/2023

Stage Commercial

Vinothèque de Carnot

MAITRE DE STAGE
QUENTIN FUZELIER

DU 08 MAI AU 30 JUIN 2023

Table des matières

REMERCIEMENTS **4**

INTRODUCTION **5**

I. PRESENTATION DU DEPARTEMENT ET SWOT DE L'ENTREPRISE **6**

SWOT DE L'ENTREPRISE : 6

II. FONCTION ET TACHES DE L'ETUDIANT **7**

CONSEIL CLIENTELE : 7
GESTION DES STOCKS : 8
COMMUNICATION 8
ÉVENEMENTS THEMATIQUES : 9
VISITE DU MUSEE : 10
POURQUOI CE STAGE : 11

III. MISE EN PRATIQUE DU CURSUS ACADEMIQUE A L'IESEG EN ENTREPRISE **11**

ANALYSE ET STRATEGIE DE MARCHE : 11
GESTION DE LA RELATION CLIENT : 12
COMMUNICATION ET DIGITAL : 12
ÉTHIQUE ET PROFESSIONNALISME : 12
MANAGEMENT ET TRAVAIL D'EQUIPE : 12

IV. TYPOLOGIES ET PROFILS DES CLIENTS RENCONTRES **12**

L'AMATEUR ECLAIRE : 13
LE DECOUVREUR : 13
LE CLIENT OCCASIONNEL : 13
LES TOURISTES : 13
LES PROFESSIONNELS : 13

V. SITUATIONS VECUES, SUCCES ET DIFFICULTES **14**

SITUATIONS VECUES : 14
SUCCES : 14
DIFFICULTES : 14

VI. UN STAGE PROFESSIONNALISANT **15**

CONCLUSION **16**

ANNEXES : **17**

Remerciements

Je souhaite tout d'abord remercier Monsieur Pierre Nouhaud au poste de Directeur d'avoir accepté de m'accueillir comme stagiaire au sein des établissements Nouhaud.
Je remercie ensuite mon maître de stage, Monsieur Quentin Fuzelier qui, tout au long du stage m'a orienté, conseillé et accompagné lors de mes missions.
Mes remerciements à l'équipe pédagogique de l'école, aux intervenants de l'école ainsi qu'aux responsables de la formation pour m'avoir apporté l'aide théorique et pratique nécessaire au bon Déroulement du stage.

Le cas échéant :
J'adresse également mes remerciements aux salariés et alternantes Patrice, Fanny et Philippe pour l'accueil chaleureux et les conseils prodigués tout au long du stage dans les établissements.

Introduction

Continuant mes études à l'IÉSEG SCHOOL OF MANAGEMENT, je me suis plongé dans une quête : comprendre la confluence entre théorie et pratique. C'est ce cheminement qui m'a poussé à structurer mon plan, initiant une danse entre la découverte de l'entreprise, l'exploration de mes responsabilités, et finalement, la sagesse puisée de cette aventure. En le parcourant, vous plongerez dans le tourbillon de ma passion, mes aspirations croissantes, et l'empreinte indélébile de ce stage sur mon horizon professionnel.

Durant ma seconde année à l'IÉSEG, l'appel des traditions de ma ville natale, Limoges, a résonné en moi. C'est au cœur de cette ville, riche en terroirs et teintée d'une histoire mêlant liqueurs et apéritifs, que j'ai trouvé ma place, précisément au 54 rue de Belfort, abritant les établissements Nouhaud. Entre les murs de cette entité, au sein des équipes dédiées à la vente et à la communication, j'ai découvert bien plus qu'un emploi.
J'ai été séduit non seulement par l'industrie elle-même, mais également par l'essence même de Limoges, une cité évoquant des saveurs uniques et des légendes d'apéritifs. Plonger dans ce monde m'a révélé le métier d'un sommelier, et au-delà de la simple transaction, c'est l'âme des passionnés de vins et spiritueux que j'ai touchée. Chaque vente n'était pas qu'un échange de biens, mais plutôt une histoire avec le client qui m'a permis de développer de nombreuses compétences telles que la patience, l'écoute, la communication mais surtout la ponctualité et le savoir être.

Ce stage est un tremplin pour mon avenir professionnel. En effet, il m'a conforté dans mon choix de parcours. J'ai pu renforcer mes connaissances sur le monde professionnel en découvrant le métier de commercial, sommelier, vendeurs, chargé de communication. J'ai également pu découvrir le métier d'ouvrier et producteur de liqueur. Je sais à présent que je souhaite travailler dans de petites entreprises ou établissement locaux. Ceux qui possède une histoire, et qui ont réellement de la valeur ajoutée. Cependant je ne travaillerai pas comme vendeur dans une boutique mais plutôt comme un commercial qui démarche de nouveau clients. On retrouve dans ce milieu beaucoup plus d'adrénaline, d'échange. Les négociations sont stimulantes. J'ai donc découvert que je recherche plutôt un métier d'interaction, de négociation, de démarche et d'écoute.

C'est ainsi que nous énonçons la problématique de ce rapport.
Comment l'immersion professionnelle au sein des établissements Nouhaud, m'a-t-elle permis de combiner les acquis académiques de l'IÉSEG avec une expérience pratique pour affiner et orienter mes projets professionnels ?

I. Présentation du département et SWOT de l'entreprise

Les établissements Nouhaud, en opération depuis 1789, se sont imposés comme une référence dans la région. La Vinothèque de Carnot, avec sa sélection riche et variée, attire autant les amateurs que les connaisseurs. C'était donc l'occasion idéale pour moi d'immerger dans un univers où la qualité du produit rencontre la finesse de la stratégie commerciale.

Les établissements Nouhaud, situés en plein cœur de Limoges, sont plus qu'une simple Vinothèque. En effet, ces établissements regroupent trois entreprises différentes. Au cœur de notre entité se trouve la Vinothèque de Carnot, le magasin physique ou nos produits supérieurs enchantent les visiteurs. Quelques pas plus loin, la distillerie s'éveille, mêlant tradition et innovation pour créer des liqueurs et apéritifs qui portent l'âme de notre terroir. En parallèle, une équipe commerciale dynamique s'affaire, tissant des liens avec divers partenaires, des restaurateurs aux grandes chaînes hôtelières, en passant par les organisateurs d'événements divers. En plus de la vente directe au public, l'entreprise s'est investie au fil des années dans la communication et le marketing pour renforcer sa position sur le marché et accroître sa clientèle. Notamment avec la Société DIVA Domaines et Distilleries qui s'occupe de la distribution nationale de nos produit.
Le service se divise en deux principales branches : la vente en boutique, où l'interaction avec les clients est directe et immédiate, et la communication, qui englobe la promotion des produits, les événements, et la présence digitale. Mon rôle s'est articulé autour de ces deux axes, me permettant d'avoir une vision complète des opérations commerciales et promotionnelles de l'entreprise.

SWOT de l'entreprise :

Forces : La Vinothèque de Carnot bénéficie d'une forte notoriété à Limoges grâce à sa longue histoire et la qualité de ses produits. Son équipe, experte et passionnée, joue un rôle primordial dans la fidélisation de sa clientèle.

Faiblesses : Malgré une présence historique, l'entreprise a été un peu lente à embrasser les opportunités digitales, ce qui l'a rendue dépendante de sa clientèle locale. De plus, certaines méthodes de communication restent traditionnelles, réduisant leur portée face à une jeune génération hyperconnectée.

Opportunités : Le monde du vin et des spiritueux connaît un engouement croissant, surtout chez les jeunes adultes. L'e-commerce et les plateformes de vente en ligne offrent une chance inédite de toucher un public plus vaste. Par ailleurs, expandre l'organisation d'événements thématiques et d'ateliers de dégustation pourrait renforcer la proximité avec la clientèle tout en attirant de nouveaux clients.

Menaces : La concurrence à Limoges est vive. De plus, les fluctuations économiques, les tendances changeantes de consommation et la réglementation autour de la vente d'alcool sont autant de facteurs externes pouvant influer sur l'activité.

Mes missions au sein du service étaient étroitement liées à ce diagnostic. La compréhension de ce SWOT m'a permis d'adapter mes actions, que ce soit dans la vente directe, la gestion de la

relation client ou la participation aux campagnes de communication, afin de maximiser l'impact positif et d'adresser les zones d'amélioration.

II. Fonction et tâches de l'étudiant

En intégrant l'équipe des établissements Nouhaud, j'ai été positionné à l'intersection de deux mondes : celui de la vente directe et celui de la communication. Cet emplacement stratégique m'a offert une perspective unique sur l'activité de l'entreprise et m'a confié des responsabilités variées.
J'ai été désigné comme Assistant Commercial et Communication. Dans cette position, j'ai eu l'opportunité de collaborer étroitement avec les experts vendeurs, et de jouer un rôle de chargé en communication. J'ai également pu collaborer avec les fournisseurs, pour garantir la fluidité des opérations et la satisfaction des clients.

Conseil Clientèle :

Une de mes missions primaires était d'accueillir et conseiller la clientèle en boutique. Cela impliquait une compréhension approfondie des produits, une écoute active des besoins des clients, et la capacité de recommander le vin ou spiritueux le plus adapté à leurs attentes. Cela n'était pas rendu facile car je n'ai pas la connaissance d'un sommelier. Cependant, au fil du stage j'ai su apprendre grâce aux « cours » que le sommelier me donnait. Cette tâche, loin d'être banale, m'a plongé dans le cœur vibrant du commerce du vin, révélant les nuances subtiles et les détails qui font la différence entre une simple vente et une expérience mémorable pour le client. Voilà les secrets des techniques de vente qui rejoignent les acquis académiques de l'IÉSEG :

Conseil et Vente à la Vinothèque de Carnot : Le monde du vin et des spiritueux est riche en histoires, en saveurs et en émotions. Chaque contenant, chaque marquage sur une bouteille, évoque une origine précise, des techniques de production viticoles, et fréquemment, un récit transmis de génération en génération. Lorsqu'un curieux pousse la porte de la Vinothèque de Carnot, il ne cherche pas simplement un breuvage, mais une immersion, une aventure, une narration. C'est sur cette toile de fond que j'ai endossé mes responsabilités de guide et conseiller.

Accueil et Écoute Active : La première étape est l'accueil. Un sourire chaleureux, une posture ouverte et attentive, tout est pensé pour mettre le client à l'aise. Mais au-delà de cette première impression, ce qui est primordial, c'est l'écoute. Comprendre réellement ce que le client cherche, que ce soit pour célébrer une occasion, satisfaire une curiosité ou simplement pour le plaisir. À travers des questions bien choisies, j'ai appris à cerner les goûts, le budget, mais surtout, l'émotion recherchée.

Recommandation et Découverte : Avec cette compréhension, vient la recommandation. Parfois, il s'agit de suggérer un grand cru, reconnu et apprécié. Mais souvent, c'est l'occasion d'initier le client à des découvertes moins conventionnelles, des pépites cachées avec des histoires passionnantes. L'objectif est clair : que le client reparte avec un produit qui correspond parfaitement à ses attentes, même s'il n'était pas venu pour celui-ci.

Démonstration, Dégustation et Réassurance : Lorsque l'occasion se présente, une dégustation permet de concrétiser la proposition. C'est un moment privilégié où le client découvre véritablement le produit, une expérience sensorielle qui souvent, scelle la décision. Bien sûr, des objections peuvent surgir, liées au prix, à l'origine, ou aux caractéristiques du produit. Dans ces moments, ma mission était d'apporter des éclairages, de rassurer, et de renforcer la pertinence du choix du client.

Conclusion, Conseils et Suivi : La finalisation de la vente est bien plus qu'une simple transaction. C'est l'opportunité d'enrichir l'expérience du client en offrant des conseils sur la dégustation, la conservation, et même sur les accords mets et vins. Mais l'expérience ne s'arrête pas à la porte de la Vinothèque. Le suivi post-vente, même informel, est essentiel pour assurer la satisfaction du client et pour bâtir une relation durable.

En somme, mon expérience à la Vinothèque de Carnot a été une immersion profonde dans l'art de la vente et du conseil. Chaque interaction avec un client était une danse subtile entre écoute, connaissance et passion partagée. C'est une compétence précieuse que je continuerai à cultiver tout au long de ma carrière.

Gestion des Stocks :

En collaboration avec l'équipe, j'ai participé à l'inventaire, au suivi des stocks, et aux commandes pour garantir une disponibilité continue des produits phares.
C'est une étape cruciale car un inventaire bien géré est le pilier d'un commerce prospère, garantissant que les produits désirés par les clients sont toujours disponibles, tout en optimisant les ressources de l'entreprise.
Je devais donc chaque matin et tout au long des ventes vérifier l'inventaire. Chaque bouteille était comptée cet exercice, bien que répétitif, m'a fait comprendre l'importance de la rigueur et de la constance dans la gestion commerciale. Mais il m'a surtout permis d'avoir une vision claire de l'emplacement des produits ce qui est indispensable lors d'une vente. En effet conseiller un produit à un client mais ne pas le trouver dans le magasin fera vivre au client une expérience inoubliable, non pas princière, mais plutôt incommodante.

Basé sur l'inventaire et le suivi, nous devions passer des commandes auprès de nos fournisseurs. Cette étape m'a initié à l'importance de la relation fournisseur-client. Une communication claire, des délais respectés et une compréhension mutuelle garantissent une chaîne d'approvisionnement fluide, essentielle pour répondre aux attentes des clients. Il fallait ensuite ranger les produits dans le magasin ce qui se révélait être une tache longue et exténuante.

Communication

Dans une ère où les consommateurs sont submergés par un flot incessant de données, l'importance de briller parmi la foule, de tisser un récit marquant et de captiver son public cible est primordiale. Au cœur des établissements Nouhaud, ma mission consistait à garantir que notre discours soit non seulement lucide, mais également séduisant.
J'ai eu l'opportunité grâces aux compétence audiovisuels qui j'ai acquises lors de précédentes expériences de piloter des campagnes de communication, mettant en avant des promotions, des événements spéciaux ou l'introduction de nouveaux produits. Le défi était d'adapter le ton et le contenu en fonction de l'audience cible tout en restant fidèle à l'identité de Nouhaud. Cette responsabilité m'a non seulement initié aux nuances du marketing, mais m'a également permis de comprendre le pouvoir des mots et des visuels lorsqu'ils sont harmonieusement alignés.

Créer seul, et en totalité des présentations pour des produits phares comme la "Gauloise" était une tâche qui nécessitait à la fois créativité et rigueur. Ces supports devaient refléter le prestige et l'exclusivité de nos produits tout en fournissant des informations précises et pertinentes. L'usage de ces présentations par M. Nouhaud lui-même lors de réunions cruciales avec des partenaires de renom tels que Divas, ainsi que lors de rendez-vous avec nos clients VIP en Asie, m'a fait comprendre l'importance de chaque détail et m'a rendu fier, je me suis senti utile ce qui est certainement la meilleure façon d'être épanoui dans son travail.

Outre les présentations, j'ai également été chargé de concevoir divers supports de communication, des flyers aux vidéos promotionnelles destinées aux réseaux sociaux et au web. Chaque format, chaque canal nécessitait une approche différente, et j'ai appris à naviguer entre ces nuances. De plus, la création de fiches produits m'a familiarisé avec la nécessité d'allier esthétisme et information de manière efficace.
Mon immersion dans la communication et la promotion chez Nouhaud a été une expérience profondément formatrice. Elle m'a montré l'importance de la narration dans le commerce, l'impact des visuels bien conçus, et la valeur d'une communication ciblée et réfléchie.

Événements Thématiques :

La Vinothèque organisait régulièrement des événements thématiques pour engager sa clientèle. Qu'il s'agisse de sessions explorant les rudiments de l'œnologie ou de moments privilégiés dédiés à la dégustation de crus d'exception, chaque initiative avait pour ambition de cultiver l'expertise de nos visiteurs tout en les plongeant dans une aventure singulière. Mon implication dans ces rendez-vous était multidimensionnelle, allant de l'orchestration logistique à la réception des invités, sans oublier la curatelle des vins présentés.

Parmi tous les événements auxquels j'ai contribué, la soirée dégustation de rhum Réunionnais se distingue par son envergure et son importance. Cet événement annuel attire un public varié, des connaisseurs aux novices, tous venus pour savourer le riche héritage et la saveur distinctive du rhum de La Réunion.
La préparation a nécessité plusieurs semaines de planification minutieuse. Sélectionner les rhums, coordonner avec les fournisseurs, planifier la mise en scène de la soirée, tout était crucial. Ma tâche principale a été de contribué à la promotion de l'événement, en m'assurant que nous atteignions le public cible.
Le jour J, chaque membre de l'équipe jouait un rôle bien défini, garantissant que chaque invité reçoive une attention personnalisée. Ma mission était au début de la soirée de recevoir les invités et d'informer puis une fois tout le monde arrivé, de servir tout en veillant à ce que l'expérience soit fluide et mémorable pour tous. L'interaction avec une clientèle aussi diversifiée m'a permis d'affiner mes compétences en communication et en service client.
Ma participation à l'organisation d'événements a renforcé ma compréhension de l'importance d'un engagement client de qualité. Je suis reparti avec une appréciation profonde pour l'hospitalité et la « discussion », j'utilise ce terme car au-delà d'une expérience professionnelle, j'ai créé des liens d'amitiés avec certains clients.

Visite du musée :

1789 marques le début d'une aventure exceptionnelle : la création des Établissements Nouhaud. Plus de deux siècles d'histoire se sont écoulés depuis, et pourtant, l'essence même de cette entreprise demeure intacte, enracinée dans les traditions et le savoir-faire artisanal. En effet la partie dans laquelle sont produits aujourd'hui les apéritifs et les liqueurs sont les mêmes qu'à l'époque. Nous sommes donc sur une production 100% artisanales dont peu d'ouvrier connaissent les secrets. C'est donc grâce à son histoire et à ses locaux que les établissement Nouaud permettent aujourd'hui d'ouvrir leurs portes aux clients désireux de découvrir l'histoire de l'entreprise et ses moyens de productions.

Dès mon premier jour de stage, j'ai été frappé par la richesse du patrimoine de Nouhaud. Les murs de la production respirent l'histoire, avec leurs vieilles pierres, les étagères en bois de chêne du limousin, leurs machines qui, bien qu'anciennes, continuent de fonctionner avec la même précision. Dans ce lieu, modernité et tradition se mélange et l'aboutissement de cette recette est une gamme de liqueurs et d'apéritifs conçus avec passion, tout comme au premier jour.

Et c'est précisément le privilège que j'ai eu de partager avec les visiteurs cette fusion entre le passé et le présent. En tant que guide, j'emmenais nos invités dans un voyage à travers le temps, des débuts humbles de l'entreprise à son statut actuel de référence dans le monde des spiritueux. Chaque recoin de l'établissement regorge d'anecdotes, de petites histoires qui donnent vie à notre héritage.

Toutefois, l'enchantement ne se limite pas à cela. Suite à une immersion dans le récit historique et après avoir levé le voile sur les secrets de fabrication, vient l'instant tant convoité : l'éveil des papilles. C'est une parenthèse d'extase pure, où l'on a l'opportunité de caresser et d'embrasser le résultat de tant d'efforts et de ces anecdotes anciennes. Les nuances olfactives, la consistance en bouche, chaque « sip » est un écho vibrant de l'essence authentique des délices Nouhaud.

Ces visites, bien plus qu'un simple outil marketing, sont le reflet de la fierté que nous ressentons pour le métier et l'héritage de l'entreprise. En guidant les visiteurs à travers ces espaces chargés d'histoire, en partageant avec eux notre passion, nous créons un lien fort. Et souvent, ce lien se traduit par un désir de ramener chez soi une partie de cette histoire sous forme de bouteille.

Ainsi, mon rôle au sein des Établissements Nouhaud ne se résumait pas à être un simple guide ou vendeur. J'étais un passeur d'histoires, un ambassadeur de la tradition, et un témoin privilégié de la magie qui opère lorsque l'histoire et la dégustation se rencontrent. Je n'avais encore jamais fait de visites auparavant, ces dernières m'ont beaucoup plus, j'en retire essentiellement de bons souvenirs. J'ai eu à plusieurs reprises l'occasion de faire ces visites en anglais lorsque certains touristes viennent découvrir la région. Dans la même journée, je pouvais faire des visites d'une ou deux personnes comme des visites de 60 personnes.

Pourquoi ce stage :

Plusieurs raisons ont motivé ma décision de rejoindre les établissements Nouhaud :

Secteur : Le vin et les spiritueux ne sont pas simplement des boissons pour moi. Ils sont le reflet d'une histoire, d'une culture, d'une passion qui se transmet de génération en génération. Mon attrait pour ces univers ne date pas d'hier. Le monde du vin, avec ses terroirs variés et ses histoires de vignerons, est une invitation au voyage. De même, les spiritueux évoquent des traditions ancestrales, des recettes secrètes et des savoir-faire uniques. M'immerger dans ce secteur était une manière d'allier ma passion personnelle à mon développement professionnel, d'élargir mon horizon et d'enrichir ma culture œnologique et spiritueuse.

Localisation : Là où le cœur bat, il y a Limoges. Une ville que je chéris, non pas seulement pour ses célèbres porcelaines, mais aussi pour son charme discret et son authenticité. L'opportunité d'évoluer au sein des Établissements Nouhaud, au cœur de cette ville, signifiait être au carrefour de l'histoire, de la tradition locale.

Mission : L'éclectisme était omniprésent, chaque jour était une expérience inédite entre le commerce et la communication. Mon désir d'explorer était satisfait par la variété de mes engagements, qui présentaient une variété d'expériences en harmonie avec les caractéristiques de ma formation à l'IÉSEG et mes perspectives professionnelles.

Environnement de travail : Au-delà des simples responsabilités, ce qui élève véritablement l'expérience, c'est l'atmosphère du lieu. Au sein de Nouhaud, l'élan collectif est palpable. L'atmosphère y est enveloppante et chaque membre se retrouve autour d'un engouement mutuel pour l'essence du produit. Ce mantra organisationnel, gravitant autour de l'excellence, de la maîtrise et de la sincérité, a été un catalyseur d'enrichissement pour moi. J'ai toujours été attiré par ces entreprises locales, étoffées de récits et de légendes, et Nouhaud en est le parfait exemple.

En définitive, ce stage a été bien plus qu'une simple étape académique pour moi. C'était une immersion, une aventure, et surtout, une opportunité d'apprendre et de grandir dans un secteur qui m'est cher, tout en me préparant à assumer des responsabilités futures dans le monde commercial.

III. Mise en pratique du cursus académique à l'IESEG en entreprise

L'éducation que j'ai obtenue à l'IÉSEG SCHOOL OF MANAGEMENT, avec sa perspective diversifiée, s'est avérée précieuse pendant mon stage chez Nouhaud. Rapidement, j'ai remarqué comment les notions apprises en classe trouvent leur place dans la réalité professionnelle, et la manière dont les compétences développées sont flexibles et transposables dans un environnement de travail concret.

Analyse et Stratégie de Marché :

Avec les enseignements reçus en marketing et en évaluation stratégique, j'ai rapidement saisi où se situaient les établissements Nouhaud dans le paysage concurrentiel. Reconnaissant leurs

défis et saisissant les opportunités, j'ai mis en œuvre cette compréhension pour aider à façonner des stratégies de vente et de communication pointues. C'est également à l'aide de ce cours la que j'ai pu réaliser l'analyse SWOT de l'entreprise.

Gestion de la Relation Client :

Mes cours en CRM (Customer Relationship Management) m'ont été particulièrement utiles lors de mes interactions avec la clientèle. La gestion de la relation client, l'écoute active, la satisfaction du client, et le suivi post-vente sont autant de domaines où l'IÉSEG m'a solidement préparé.

Communication et Digital :

Le volet digital de ma formation, bien qu'il ne représente pas un cours en lui-même, est très présent à l'I ÉSEG de par les nombreuses présentations que nous animons au fil des semestres m'a permis de participer activement à la mise à jour des canaux de communication en ligne de Nouhaud, et de proposer de nettes améliorations basées sur les dernières tendances en matière de marketing digital.

Éthique et Professionnalisme :

L'IÉSEG met un fort accent sur la conduite éthique dans le milieu professionnel. Ces valeurs, je les ai constamment intégré dans tous les volets de mon rôle, que ce soit lors des échanges avec les clients, en traitant avec les fournisseurs, ou en collaborant étroitement avec mes pairs.

Management et Travail d'équipe :

L'IÉSEG m'a formé à travers des projets en équipe, des analyses de situations concrètes et des mises en situation qui m'ont préparé à collaborer, à communiquer avec clarté, et à naviguer à travers les complexités professionnelles. Pour conclure, ma formation à l'IÉSEG m'a non seulement doté d'une base académique solide, mais m'a surtout offert un arsenal de compétences et une agilité indispensable en milieu professionnel. Quotidiennement, je traçais des liens entre mes apprentissages académiques et mes expériences sur le terrain, renforçant ainsi ma confiance en la valeur et l'efficacité de mon cursus.

IV. Typologies et profils des clients rencontrés

La Vinothèque de Carnot, malgré son emplacement qui aujourd'hui est positionné dans un quartier dont la population est moins aisée attire une variété de clients, chacun avec ses propres besoins, préférences et attentes. Voici une typologie des principaux profils de clients que j'ai rencontrés et interagis durant mon stage.

L'amateur éclairé :

Ces clients ont une connaissance approfondie des vins et spiritueux. Ils viennent souvent avec une idée précise en tête, cherchant des vins spécifiques ou des millésimes rares. Ils apprécient une discussion technique et détaillée que j'ai rarement la capacité de suivre par mon manque d'expérience dans le domaine. Je laisse donc faire le sommelier.

Le découvreur :

Curieux et ouverts, ces clients cherchent à découvrir de nouvelles saveurs et cépages. Ils sont souvent intéressés par des suggestions et des dégustations, souhaitant élargir leur horizon œnologique. Ce sont mes clients préférés car nous pouvons discuter sans soucis d'égo, ils sont ouverts à toutes propositions, cela rend la vente aisée.

Le client occasionnel :

Que ce soit pour un événement, un cadeau ou une soirée spéciale, ces clients ne sont pas des habitués, mais ils recherchent un produit de qualité. Leur décision d'achat est souvent basée sur les recommandations et l'assistance du personnel. Ce ne sont pas de grands connaisseurs, ils achètent une bouteille le plus rapidement possible et ne souhaite pas trop trainer dans le magasin.

Les touristes :

Attirés par la renommée de la Vinothèque, ces clients sont souvent à la recherche de des produits locaux que nous produisons. Ils souhaitent généralement faire une visite du musée. La barrière linguistique peut parfois être un défi avec ce groupe s'il ne parle pas anglais.

Les professionnels :

Qu'il s'agisse de restaurateurs cherchant à compléter leur carte des vins ou d'organisateurs d'événements, ces clients ont des besoins spécifiques en termes de volume et de qualité. Ils apprécient une interaction rapide, efficace, et des accords commerciaux avantageux. Ce ne sont cependant pas les clients que nous trouvons à la Vinothèque. Ces clients sont redirigés vers les commerciaux des établissement Nouhaud afin que nous puissions les fidéliser et commencer à travailler avec eux.

Pendant mon stage, il était indispensable de saisir ces différentes typologies pour affiner mes techniques de vente et ma manière de communiquer. Chaque échange avec un client exigeait une observation précise, me permettant de cerner leur profil et d'ajuster ma réponse à leurs besoins. Cette immersion m'a enrichi, affinant à la fois ma sensibilité aux autres et mon aptitude à engager des conversations avec une variété de clients.

V. Situations vécues, succès et difficultés

Chaque jour au sein de la Vinothèque de Carnot offrait une nouvelle expérience, et bien que la majorité de mes interactions soient positives, il y a eu, comme dans toute aventure, des défis à relever. Voici un aperçu des situations vécues, des succès remportés et des difficultés rencontrées.

Situations vécues :

Le Vin du Mariage : Un jeune couple est venu chercher des vins pour leur mariage. À travers une série de dégustations, nous avons réussi à trouver le vin parfait pour leur grand jour. C'était un moment touchant, car ils ont partagé l'histoire de leur rencontre et comment ils voulaient que chaque élément de leur mariage soit spécial.

Le Collectionneur : Un client régulier, collectionneur de vins, recherchait un cru spécifique d'une année particulière. Après plusieurs jours de recherche et de communication avec nos fournisseurs, nous avons pu le procurer, renforçant ainsi la loyauté de ce client envers notre Vinothèque.

Succès :

Augmentation des Ventes : Grâce à une combinaison de tactiques de vente renouvelées et d'initiatives de marketing ciblées, j'ai contribué à une augmentation notable des ventes durant mon stage.

Événement de Dégustation : J'ai participé à l'organisation d'un événement annuelle (la soirée de dégustation de produits de la Réunions) qui a attiré de plus de 70 participants. L'événement a non seulement généré des ventes immédiates, mais a également renforcé notre réputation au sein de la communauté locale.

Difficultés :

Gérer les Attentes : À quelques occasions, les clients avaient des attentes spécifiques que nous ne pouvions pas toujours satisfaire en raison de contraintes d'inventaire ou de disponibilité. Dans ces situations, il était crucial de communiquer clairement et de proposer des alternatives attrayantes.

Diversité Culturelle : Face à une clientèle hétérogène, des obstacles liés à la langue ou à des nuances culturelles se sont parfois imposés. Ces moments m'ont demandé de la patience, de la compréhension, et de m'appuyer occasionnellement sur des outils de traduction pour fluidifier les échanges. Chacune de ces situations a renforcé ma prise de conscience sur l'importance de la flexibilité, de l'art de bien communiquer, et de l'impératif de mettre le client en premier. Chaque obstacle surmonté est devenu une leçon précieuse, et chaque réussite, une affirmation des aptitudes et du savoir que j'ai cultivé à l'IÉSEG.

VI. Un stage professionnalisant

Mon immersion à la Vinothèque de Carnot a constitué bien plus qu'une simple étape de formation : elle a été la charnière entre ma vie d'étudiant en école de commerce et ma transition vers le monde professionnel.
Dès mon arrivée, j'ai été enveloppé par les opérations et la culture profonde des établissements Nouhaud, une institution allant bien au-delà de la simple commercialisation de vin et spiritueux. J'ai dû plonger dans l'âme même de cette entreprise, apprendre ses valeurs intrinsèques et identifier ma propre place et contribution au sein de ce grand mécanisme.

L'apprentissage du monde du vin m'a immergé dans un lexique nuancé, requérant une assimilation rapide pour maîtriser non seulement la vinification mais aussi le jargon propre à Nouhaud. Cette expertise linguistique s'est avérée cruciale pour une interaction précise avec les collègues, fournisseurs et clients. Face à la cadence soutenue de la vie de l'entreprise, mes compétences en gestion du temps ont été sollicitées, m'aidant à jongler efficacement entre la clientèle, les commandes et les divers événements.
Néanmoins, ces défis quotidiens, loin d'être des obstacles, m'ont édifié. Appuyé par une équipe dévouée, chaque situation délicate m'a appris la prise de décision autonome, renforçant ma confiance et mon sens critique.

Parallèlement, cette aventure m'a ouvert un réseau professionnel considérable. Chaque échange, chaque rencontre, m'a permis d'étoffer ma vision du monde commercial. Un témoignage éloquent est l'offre reçue d'un de nos fournisseurs de rhum, ARHUMATIC, me proposant une position d'ambassadeur de la marque en alternance.

Le choix d'intégrer Nouhaud reflétait ma quête d'évolution dans un espace fusionnant tradition et innovation. Le secteur commercial, en particulier celui des produits luxueux et culturellement marqués, a renforcé mon intérêt, avec le domaine viticole se dessinant comme un potentiel terrain d'épanouissement à long terme. La culture d'entreprise de Nouhaud, vibrante d'excellence et de proximité clientèle, a écho à mes aspirations personnelles, me rappelant l'importance de la cohérence entre mes principes et mon milieu professionnel.

Au fil de ce parcours, j'ai également affûté une introspection professionnelle, discernant mes forces et mes axes d'amélioration. Le savoir-faire acquis, associé aux liens tissés, formule un trésor qui, j'en suis convaincu, me guidera vers d'innombrables opportunités futures.
En définitive, cette expérience à la Vinothèque de Carnot a non seulement solidifié ma vision professionnelle mais a également tracé la voie que je souhaite ardemment suivre pour l'avenir.

Conclusion

Au sein de l'effervescence quotidienne de mon stage, mes journées jonglaient entre d'anodines conversations avec des clients guidés par leur simple curiosité et d'ardues négociations avec des experts en achat. À travers cette mosaïque d'interactions, chaque moment m'invitait à une évolution, me poussant à mettre à l'épreuve mon arsenal de compétences et de connaissances acquis à l'IÉSEG. Avec le temps, une croissance de ma posture professionnelle s'est manifestée, consolidant ma conviction de l'efficacité de mon parcours académique face à mon futur professionnel.

Plonger dans cette marée d'opportunités professionnelles m'a non seulement armé de compétences pragmatiques, mais a également sculpté mon chemin professionnel avec une clarté renouvelée. Chaque visage, chaque situation, chaque obstacle transcendé m'a gravé l'idée d'embrasser ma vocation dans le secteur commercial. Un secteur où le luxe se mêle à la profondeur d'une histoire familiale, symbolisé par des trésors tels que le vin.

Il serait impensable de clore sans évoquer ma reconnaissance envers l'équipe des établissements Nouhaud. Dans leur générosité, leurs enseignements éclairés, et la confiance inébranlable qu'ils m'ont accordée, j'ai trouvé non pas simplement un stage, mais un tremplin, un carrefour décisif pour mon épanouissement tant personnel que professionnel.

Pour encapsuler cette aventure, elle a tendu un pont entre la rigueur théorique de l'académie et la réalité tangible du monde professionnel. Elle a tracé l'évolution de l'étudiant curieux que j'étais en un futur professionnel avisé. Fortifié par ce stage, je reste convaincu que mes moments à la Vinothèque de Carnot renforceront le socle sur lequel mon avenir professionnel se dessinera, naviguant vers des terrains encore inexplorés mais prometteurs.

Annexes :

Lien panopto : https://ieseg.cloud.panopto.eu/Panopto/Pages/Viewer.aspx?id=9da4f45d-5aeb-4ef3-98e8-b08d01394a72

LA RÉUNION

DUJARDIN SALLERON
PYREX FRANCE
DUJARDIN-SALLERON
ml
300
D-3 PARIS

LE PASTIS LIMOU
LE SEUL PASTIS LIMOUSIN
PANAZO
45°
STIS LIMOUSIN
la chope
45°

LA GAULOISE

GAULOISE
LA GAULOISE
LIQUEUR HYGIÉNIQUE
REQUIER FRÈRES
LA GAULOISE
GAULOISE
PRUNES

TRÈS A
APRÈS CH
DIGESTIVE
DIGESTIVE
40°
TRÈS A
APRÈS CHA
DIGESTIVE

5

LA MARTINIQUE
P. NOUAILL
SUPRÊME
NOISETTE
Liqueur digestive
G. FAUPIN Fils & Cie
LIMOGES
ROYALE
GENTIAN
SUPRÊME
NOISETTE
LIQUEUR
DE DESSERT
LIMOGES

LES BOUCHAGES
DELAGE
LIEGE - BOIS - METAL - PLASTIQUE - VERRE
TONNELLERIE GARONNAISE
LA TOUR MARILLAC
2012
Ets GERME & Cie
Vins
Saturnin

KARUKERA
TAKAMAKA
ARHUMATIC
ARHUMATIC
ARHUMATIC
SAVANNA
LE MUST